

MEDIENVERÖFFENTLICHUNG

Think Beyond the Book

Bewerben Sie sich für den IFLA PressReader International Marketing Award 2021



Gewinnen Sie 3.000 € für die Anschaffung neuer Technologie für Ihre Bibliothek!

Die IFLA-Sektion Management und Marketing schreibt in Zusammenarbeit mit PressReader den IFLA PressReader International Library Marketing Award für 2021 aus.

Der IFLA PressReader International Marketing Award wird an die Bibliothek verliehen, die am besten kreative, ergebnisorientierte Marketingprojekte oder -kampagnen umsetzt. Drei Finalisten werden aufgrund von innovativen Beiträgen zum Marketing im Bibliotheksbereich ausgewählt.

In diesem Jahr erhalten die Erst-, Zweit- und Drittplatzierten ein Preisgeld für die Anschaffung neuer Technologien für ihre bibliotheksbezogenen Aktivitäten. Traditionell erhalten die Gewinner Unterstützung für die Teilnahme und Präsentation auf der WLIC. In diesem Jahr werden die Gewinner jedoch eingeladen, auf der virtuellen WLIC 2021 über Best Practices im Marketing zu referieren. Außerdem werden die 10 besten Einreichungen mit Anerkennungsurkunden geehrt.

Als weltweit größte digitale Zeitungs- und Zeitschriftenplattform ermöglicht PressReader der IFLA die Anerkennung und Unterstützung von kreativen, inspirierten und ergebnisorientierten Marketingkampagnen, wobei Teams in Entwicklungsländern besonders gewürdigt werden. Personen, die ihre Bewerbung bis zum Einsendeschluss einreichen, erhalten einen exklusiven einmonatigen geschenkten Zugang zu PressReader und Zugriff auf den gesamten Katalog der globalen Zeitungen und Zeitschriften in der PressReader-App.

Die Gewinner werden im April 2020 bekannt gegeben und offiziell bei der IFLA WLIC Auszeichnungsfeier auf der virtuellen WLIC 2021 ausgezeichnet. Bewerbungen werden vom 10. Dezember 2020 bis zum 19. März 2021 unter <https://iflapressreader2021.org/> entgegengenommen.

Zielsetzung der Auszeichnung

- Anerkennung der besten bibliotheksbezogenen Marketingprojekte aus dem Jahr 2020
- Förderung von Marketingpraktiken in der Bibliotheksgemeinschaft
- Bereitstellung von Möglichkeiten für Bibliotheken, Marketingerfahrungen und Fachwissen weltweit auszutauschen

Richtlinien

- Jede Bibliothek oder Bibliotheksorganisation, die Bibliotheken, Bibliotheksprodukte oder -dienstleistungen bewirbt, kann sich für den Preis bewerben
- Die Bewerbungen müssen in einer der sieben IFLA-Sprachen verfasst sein
- Bewerber können auch eine englische Übersetzung einreichen, wenn sie dies wünschen.

- Bewerbungen müssen mit unterstützenden Materialien bis zum 19. März 2021 eingereicht werden

Die Vorschläge müssen

- eine originelle Marketing-Strategie präsentieren
- jede Frage in der Bewerbung beantworten
- die Vorteile der Strategie erläutern
- eine vollständige Beschreibung der Marketingstrategie liefern
- die Definitionen des Marketing-Glossars verwenden (<https://www.ifla.org/node/8227>)
- die Strategie und ihre Ergebnisse zusammenfassen

Bibliotheken und Bibliotheksorganisationen werden ermutigt, die fantasievollen und innovativen Aspekte der Projekte zu beschreiben.

Auswahlkriterien

Die Bewerbungen werden nach den folgenden Kriterien beurteilt:

- Ein strategischer Ansatz für das Marketing, der in den Forschungs- und Planungsphasen des eingereichten Projekts deutlich wird
- Kreativität und Innovation, die sich in der Originalität der Lösungen für die Marketingherausforderungen zeigen
- Potenzial zur Erzeugung einer breiten öffentlichen Wahrnehmung und Unterstützung für Bibliotheken, unabhängig von Art und Umfang der eingesetzten Mittel
- Effektivität, die durch messbare Ziele und anschließende Evaluierungsmethoden dargestellt wird

Die Antragsteller werden ermutigt, Marketing unter Verwendung digitaler Ressourcen einzubeziehen:

- Elektronische Zeitschriften, Verlagsdatenbanken, institutionelle Repositorien
- Web- und digitale Bibliotheken
- Informationskompetenz
- Neue Produkte und neue Dienstleistungen

Die Vorschläge werden danach beurteilt, wie gut sie die oben genannten Kriterien erfüllen.

Weitere Faktoren sind:

- Klarheit der Planung und Partnerschaften mit externen Organisationen
- Effizienter Einsatz von Ressourcen (Personal, Material, Zeit)

Die Mitglieder der Preisjury werden aus den Mitgliedern des IFLA Ständigen Ausschuss der Sektion Management and Marketing ausgewählt:

Antoine Torrens-Montebello (Frankreich) als Vorsitzender, Cindy Hill (USA), Nie Hua (China), Bonnie Mager (Neuseeland), Ruth Ornholt (Norwegen), und Leslie Weir (Kanada).

Bewerbungen für den Preis werden vom 4. Dezember 2020 bis zum 19. März 2021 angenommen.

Kontakt: librarymarketingaward@gmail.com

###

Über PressReader

PressReader ist bestrebt, die Art und Weise zu verbessern, wie Menschen Geschichten entdecken, die für sie wichtig sind. Mit Niederlassungen in Vancouver, Dublin und Manila bietet das

Unternehmen die größte All-you-can-read-Plattform für Zeitungen und Zeitschriften, auf der Menschen relevante und vertrauenswürdige Inhalte von überall auf der Welt entdecken können - Publikationen wie The Wall Street Journal, La Vanguardia, The Washington Post, Los Angeles Times, The Globe and Mail, The Guardian, Newsweek, Forbes, Le Figaro und Vanity Fair, um nur einige zu nennen.

Mit ihrem Telefon, Tablet oder Computer können die Leser die Inhalte online durchblättern oder ganze Ausgaben mit der PressReader-App herunterladen. Sie können ein Abonnement abschließen, um unbegrenzten Zugang zu erhalten, oder sie können das volle Angebot durch einen der Markenpartner gesponsert bekommen. Unternehmen, die die Premium-Content-Plattform nutzen, um das Angebot ihrer Kunden zu verbessern, sind bekannte Namen wie British Airways, Iberia, Turkish Airlines, Cathay Pacific, Air Canada, Marriott, Fairmont Hotels, Seabourn Cruise Lines, Princeton University und die New York Public Library.

Mediananfragen:

Sandra Young, Leiterin PR & Markenstrategie

T: +1.778.828.1386

E: sandray@pressreader.com